

<<本土品牌战略>>

图书基本信息

书名：<<本土品牌战略>>

13位ISBN编号：9787213024009

10位ISBN编号：7213024000

出版时间：2002-5

出版时间：浙江人民出版社

作者：翁向东

页数：335

字数：233000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<本土品牌战略>>

内容概要

由于品牌研究的滞后，中国很多企业的营销高层人士对品牌管理究竟做哪些工作都不甚了解，其中不乏销售额过百亿的企业的市场总监。

作为一本完整指导企业进行品牌战略管理全书，本书清晰地勾勒出企业进行品牌管理的流程，清晰地厘定了品牌管理工作的四条主线：第一，规划以核心价值为中心的品牌识别系统，并以品牌识别系统帅企业所有的营销传播活动，这就是著名的“核心价值统帅论”。

第二，优选品牌化战略与品牌架构。

第三，进行理性的品牌延伸扩张，充分利用品牌资源取更大的利润。

第四，完整理解品牌资产，科学地管理品牌资产的各项指标，打造具有鲜明的核心价值与个性、丰富的品牌联想、高品牌知名度、高溢价能力、高品牌忠诚度和高价值感的强势大品牌。

<<本土品牌战略>>

作者简介

翁向东，中国十大策划家之一。

著名品牌战略与营销广告专家。

上海杰信营销咨询有限公司（joison@joiaon.com.cn）总经理。

业内公认的“副品牌、品牌核心价值统帅论、品牌深度沟通论、品牌延伸听核心价值中心论”等品牌理论的创建者。

在策划实战上，翁

<<本土品牌战略>>

书籍目录

第一章 本土品牌争需战备管理 一、品牌战略管理管什么 二、中国国情下的品牌战略 三、实施卓越品牌战略，有效降低营销成本 第二章 核心价值——品牌永远的灵魂 一、以水滴石穿的定力维护品牌核心价值 二、中国企业品牌核心价值信天游的原因 三、完整理解品牌核心价值 四、提炼品牌核心价值原则 五、用品牌核心价值统帅企业的一切营销传播活动 第三章 规划品牌识别系统——让核心价值落到实处 一、品牌的产品识别 二、品牌的企业识别 三、品牌的气质识别 四、品牌的地位识别 五、品牌的责任识别 六、品牌的成长性识别 七、品牌的创新能力识别 八、品牌与消费者的关系识别 九、品牌的符号识别 十、规划品牌识别时易陷入的误区.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>